

# BusinessWeek

БЪЛГАРИЯ

## ПАЗАР

Пазарът на списания в България се променя непрекъснато. В миналото остана периодът, в който разнообразието се изчерпваше с едва няколко списания, които по съдържание и дизайн копираха предимно германските и тийнейджърските издания. Сега на щандовете заедно със стоициите български списания се предлагат и много световни марки. Чуждите централи и издателите започнаха да забелязват България и да я възприемат като регионален фактор. Само за няколко месеца от

сет години BusinessWeek Online също печели National Magazine Award за изключително представяне в категорията „Нови медии“ през 2000 г. BusinessWeek е носител на още много награди, сред които Overseas Press Club Award, Gerald Loeb Award за изключителна бизнес и финансова журналистика и Computer Press Awards. За втора поредна година през 2006 г. BusinessWeek Online се класира сред първите десет в най-посещаваните сайтове на списание Adweek.

## ИСТОРИЯ

Списаниемто излиза всяка седмица от 7 септември 1929 г. Издава се от The McGraw-Hill Companies в Ню Йорк. Основана през 1888 г., The McGraw-Hill Companies е водещ глобален източник на информация в областта на финансовите услуги, образованието и бизнеса чрез водещи имена като Standard & Poor's, BusinessWeek и McGraw-Hill Education. Корпорацията има над 322 офиса в 33 страни. Приходите за 2005 г. достигат рекордните \$6 милиарда. Допълнителна информация може да се намери в сайта на корпорацията [www.mcgraw-hill.com](http://www.mcgraw-hill.com).

## ПРОДУКТЪТ

BusinessWeek е водещото глобално бизнес списание, предлагащо уникални

обзори и анализи на световните бизнес лидери. С обширната си глобална мрежа от над 200 журналисти в деветнадесет бюра списанието предоставя навременно и задълбочено покритие на новините, които са от значение за успешния бизнес. Стартираният през 1994 г. и спечелил множество награди уебсайт на BusinessWeek [www.businessweek.com](http://www.businessweek.com) предлага на потребителите си всекидневни прогнози, уникални обзори, новини на часа и задълбочени анализи на последните тенденции в света на бизнеса. Отразя-

ва която им позволява да вземат най-правилните решения за личните си финанси. Стартирало през октомври 2005 г., арабскоезичното Business Week Al-Arabiya се издава съвместно с InfoPro Management. Месечното издание предлага задълбочено, аналитично отразяване на новините и коментари за професионалистите в бизнеса. Съдържа материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и новини от арабските страни. Средният му тираж е 30 000, а периодичността – дванадесет броя годишно.

BusinessWeek Bulgaria стартира през януари 2006 г. и се издава съвместно с КЕШ ООД и McGraw-Hill Companies, Ню Йорк. Седмичното списание предлага задълбочено отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. Редакционното съдържание включва материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и местни теми, разработени от български журналисти. Средният тираж на BusinessWeek Bulgaria е 15 000.

През октомври 1986 г. започва да излиза BusinessWeek/China. То се публикува в сътрудничество с China Commerce and Trade Press (CCTP), гъщерна агенция на китайското министерство на търговията. Списанието се разпространява в 31 провинции и градове. Средният му тираж е 120 000, а периодичността – дванадесет броя годишно.

BusinessWeek Indonesia води началото си от юни 2002 г. Издава се от Indomedia Dinamika. Списание BusinessWeek Indonesia Edition се продава в двадесетте най-големи индонезийски градове, сред които Джакарта, Медан, Банунг, Семаранг, Йогакарта, Сурабая и Денпасар. Средният му тираж е 25 000 с периодичност 38 броя годишно. От май 2006 г. излиза BusinessWeek Romania. То се издава в сътрудничество с Business Media Group (BMG). Седмичното списание предлага задълбочено отразяване на новини и коментари за професионалистите в бизнеса. Средният му тираж е 15 000. Стартирало през септември 2005 г., BusinessWeek Russia се публикува съвместно с Издателска къща

„Родионов“. Средният му тираж е 40 000, а периодичността – 48 броя годишно.

През ноември 2005 г. стартира BusinessWeek Türkiye, което се издава съвместно с Infomag Publishing Company. Седмичното списание предлага изчерпателно отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. Средният му тираж е 15 000. В продължение на повече от петнадесет години BusinessWeek спонсорира конференции за административни ръководители от целия свят. Всяка конференция предлага идеална среда за разширяване на партньорските мрежи, обмен на най-добрите практики и обсъждане на теми от най-голяма важност в съответните икономически сектори.

## СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

BusinessWeek прилага многопластов подход при представяне на информацията с цел клиентите да получават най-пълна и всеотстранна представа за това, което се случва. През януари 2006 г. например BusinessWeek Online стартира нов канал за автомобили заедно с блог и допълнителни онлайн материали. Същевременно печатното списание издаде специален брой за автомобили. Седмичната ТВ програма BusinessWeek Weekend също излъчи специален репортаж от Автомобилното изложение в Детройт. Този подход бе приложен и при старта на канала „Иновации и дизайн“ през юли 2005 г. заедно с печатното издание с тема „Станете креативни!“, както и при този на онлайн блога Blogspotting, съчетан с темата на броя „Блоговете ще променят вашия бизнес“ в печатното издание през месец май 2005 г.

В рамките на една година BW Online пусна четири нови канала („Иновации и дизайн“, „Автомобили“, „Европа“, „Азия“) и девет нови подканала. Общо BusinessWeek Online разполага с единадесет канала, десет секции и тринадесет блога. Допълнително BusinessWeek Online хоства 2000 блога на канала МВА.

## ПРОМОЦИЯ

През 2002 г. BusinessWeek стартира спечелилата награда рекламна кампания „Прочети вътре“. През последното тримесечие на 2006 г. започва нова световна бранд кампания на BusinessWeek.

## ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

BusinessWeek е водеща бизнес медийна организация, предоставяща уникални обзори, новини и анализи на световната аудитория от бизнес лидери. Списанието си е поставило за цел да прави обективна и аналитична журналистика с гледна точка към фактите и събитията. BusinessWeek е незаменен източник на информация за близо пет милиона професионалисти по света в областта на бизнеса, икономиката, технологиите и иновациите.



[www.businessweek.com](http://www.businessweek.com)

## ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

### BUSINESSWEEK

- ▶ Първият брой на BusinessWeek е публикуван на 7 септември 1929 г. Изданието предупреждава, че не всичко е наред с фондовата борса. След седем седмици тя се срива. Този брой е подготвен от скромен екип от четиринадесет души.
- ▶ През 1969 г. BusinessWeek нарича компютъра „може би най-важния инструмент на този и всеки друг век“. Списанието става първото бизнес издание, което създава специален отдел „Информационна обработка“, посветен на информационните технологии.
- ▶ През 1975 г. BusinessWeek посвещава тема на броя на „Корпоративната гама“. След дълги години агитация от женски организации и обрати в общественото мнение, жените навлизат в корпоративното управление. През 1976 г. по този повод BusinessWeek получава National Magazine Award за принос към обществото.
- ▶ През 1988 г. BusinessWeek предвещава света на мобилните компютри, клетъчните технологии и телекомуникациите в своята тема на броя „Мобилният началник“.
- ▶ През 1991 г. BusinessWeek разглежда в специалния си извънреден брой „Пovelелата на качеството“ миналото, настоящето и бъдещето на развитието на качеството в САЩ, Европа и Япония. Този брой се радва на толкова силно търсене, че за първи път в историята си BusinessWeek трябва да отпечата допълнителен тираж. През 1992 г. списанието получава National Magazine Award за най-добро цяло издание на една тема за този извънреден брой.

- ▶ Първата класация BusinessWeek 50, известна вече като годишна класация на най-добре представящите се фирми в борсовия индекс 500 на Standard and Poor's, е публикувана през 1997 г.



старта си в България BusinessWeek се нареди сред водещите седмични издания.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

BusinessWeek е водещо издание сред глобалните бизнес медии, предоставящо уникални данни и анализи на читателската си аудитория от бизнес лидери на световно ниво. Основано през 1929 г. и издавано от McGraw-Hill Companies, списание BusinessWeek е лидер на пазара с над 4,7 милиона читатели седмично в 140 страни. През 1994 и 1996 г. BusinessWeek печели National Magazine Award за изключително представяне (тираж над един милион) – най-престижната награда в сектора, еквивалент на наградата „Пулицър“ за списанията. BusinessWeek има общо осем национални награди и е било номинирано шестнадесет пъти през последните де-



вайки постоянно и в развитие бизнес проблемите на нашето време, BusinessWeek Online предоставя данни в единадесет канала – от малък до глобален бизнес, от персонални инвестиции до корпоративни стратегии. В допълнение, сайтът предлага интерактивни инструменти, репортажи, данни, форуми и бюлетини. BusinessWeek Weekend, излъчвано от студията MarketSite на фондовата борса NASDAQ на площад „Таймс“ в Ню Йорк, доразвива собствените новини, анализи и коментари в BusinessWeek. Всяка седмица половинчасовата ТВ програма предлага също така ценна информация за инвестиции, семейни финанси и дори най-добрите сделки за пътувания. BusinessWeek Weekend достига до почти 80% от разполагащите с телевизор домакинства в САЩ и предоставя на зрителите необходимата им информация,

